

## ABSTRAK

Promosi dilakukan agar tujuan dari perusahaan dapat terwujud. Dan perusahaan harus selalu berusaha untuk mengembangkan usahanya dengan baik guna mencapai tujuan tersebut. Hal penting lainnya yang tidak dapat di hindari adalah pengaruh dari periklanan, keahlian wiraniaga dan pemasaran langsung yang dilakukan oleh setiap perusahaan.

Penelitian ini dilakukan bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari periklanan, penjualan perorangan, dan pemasaran langsung terhadap pengambilan keputusan pembelian produk granit pada PT. Garuda Graha Indah. Teknik analisa yang digunakan penelitian ini untuk menganalisis adalah analisis regresi berganda. Sampel yang diambil sejumlah 100 orang pelanggan PT. Garuda Graha Indah pada tahun 2018, teknik pengambilan sampel menggunakan rumus slovin.

Hasil dari penelitian ini menunjukan tingkat signifikan yang terjadi pada variabel bebas (periklanan, penjualan perorangan, pemasaran langsung) terhadap variabel tetap (keputusan pembelian). Pada hasil regresi linier berganda telah didapat bahwa masing-masing variabel memiliki tingkat signifikan yang berbeda yaitu : periklanan 0,009, penjualan perorangan 0,002, pemasaran langsung 0,002. Hal ini menyatakan bahwa variabel periklanan, penjualan perorangan, dan pemasaran langsung mempengaruhi keputusan pembelian.

**Kata Kunci :** Periklanan, Penjualan Perorangan, Pemasaran Langsung

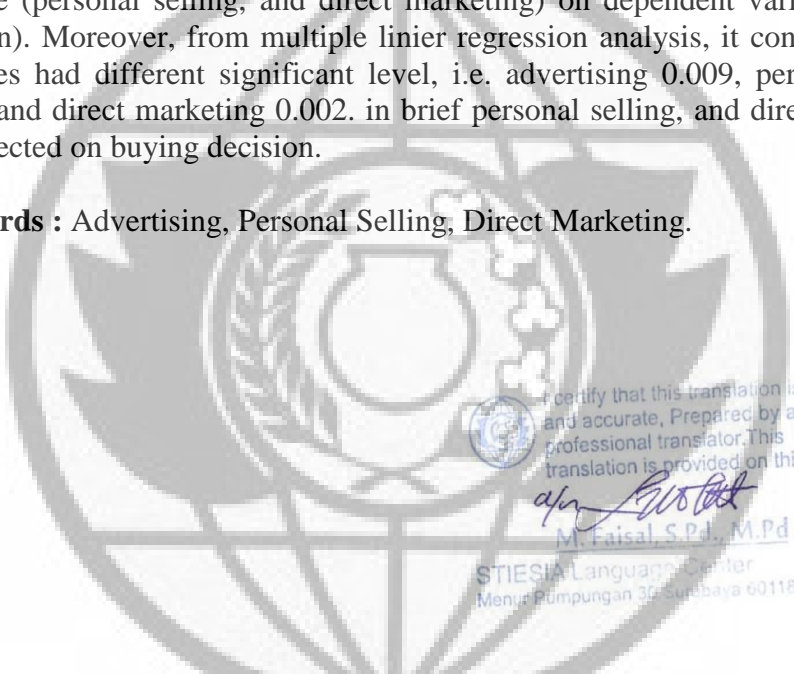
## ABSTRACT

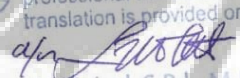
Promotion is used in order to have the aim of company fulfilled. Therefore, the company needs to be always develop its business to have the aim fulfilled. As consequence, the effect of entrepreneur skilling and direct marketing which are applied by the company.

This research aimed to find out the effect of personal selling, and direct marketing on the buying decision of granit of PT. Garuda Graha Indah. While, the data analysis technique used multiple linier regression. Moreover, the sample was 100 respondent of PT. Garuda Graha Indah in 2018. In addition, the data collection technique used Slovin formula.

The research result concluded there was significant effect of independent variable (personal selling, and direct marketing) on dependent variable (buying decision). Moreover, from multiple linier regression analysis, it concluded every variables had different significant level, i.e. advertising 0.009, personal selling 0.002, and direct marketing 0.002. in brief personal selling, and direct marketing had affected on buying decision.

**Keywords :** Advertising, Personal Selling, Direct Marketing.



I certify that this translation is true  
and accurate, Prepared by a  
professional translator. This  
translation is provided on this day-----  
  
M. Faisal, S.Pd., M.Pd  
STIESIA Language Center  
Menur Pumpungan 36 Surabaya 60118, Indonesia